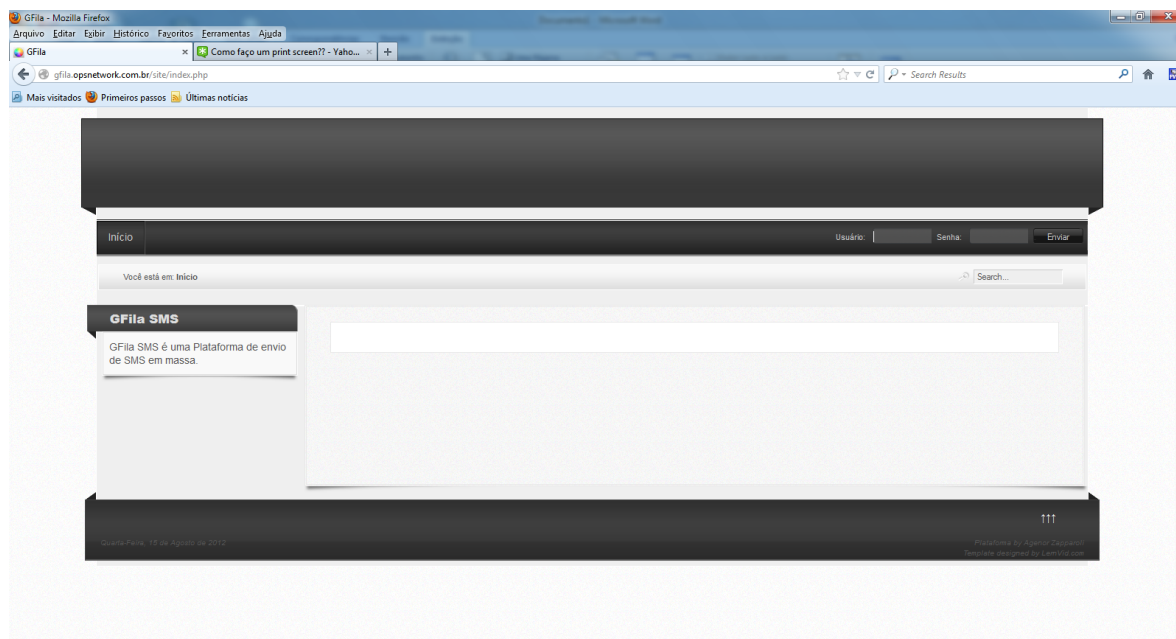
<u>Manual de utilização da Ferramenta de Envio e Gerenciamento de SMS</u>

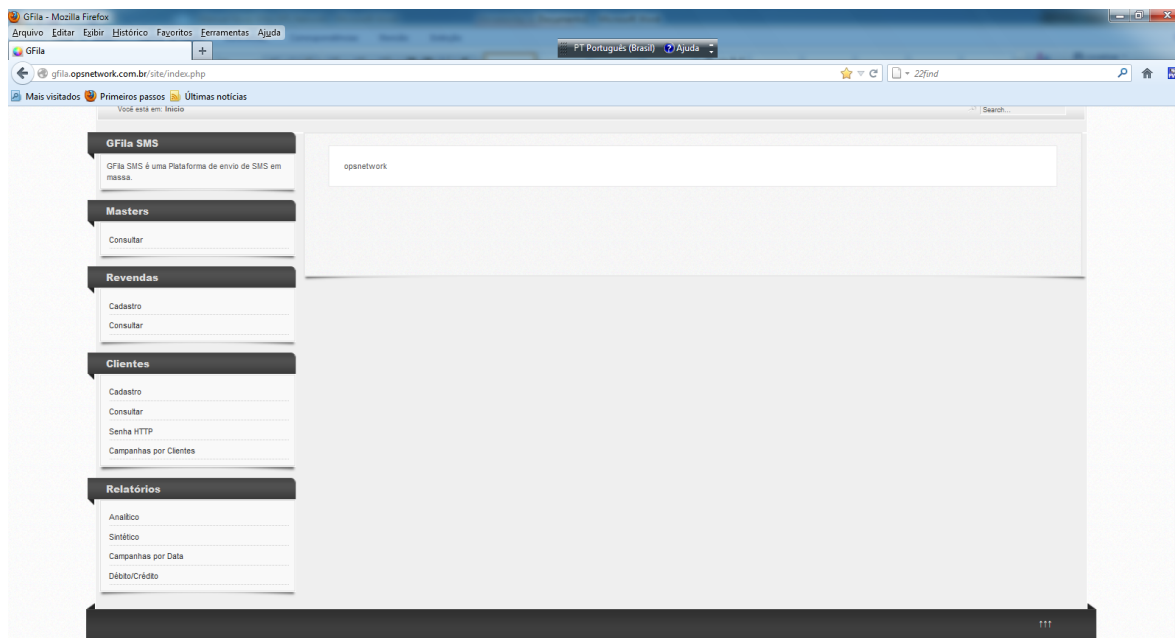
<u>GFILA da *OPS Network*</u>

A ***OPS Network*** desenvolveu o GFILA visando atender todas as necessidades do cliente consumidor de SMS; desde o atacadista, passando pela revenda até o cliente final, seja qual for o tamanho da necessidade.

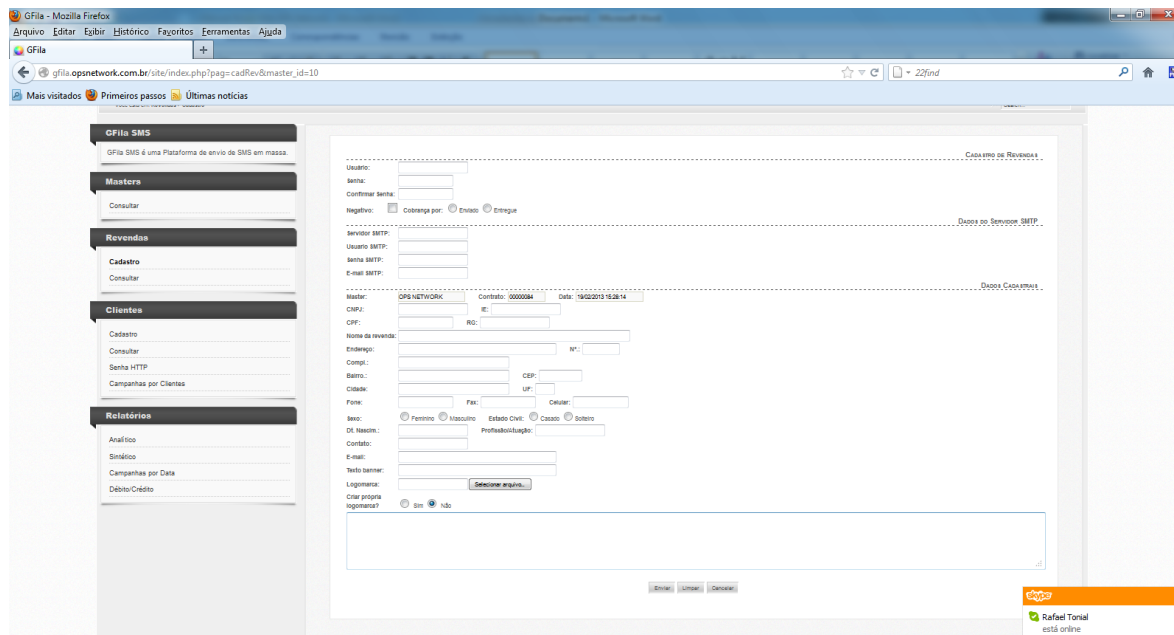
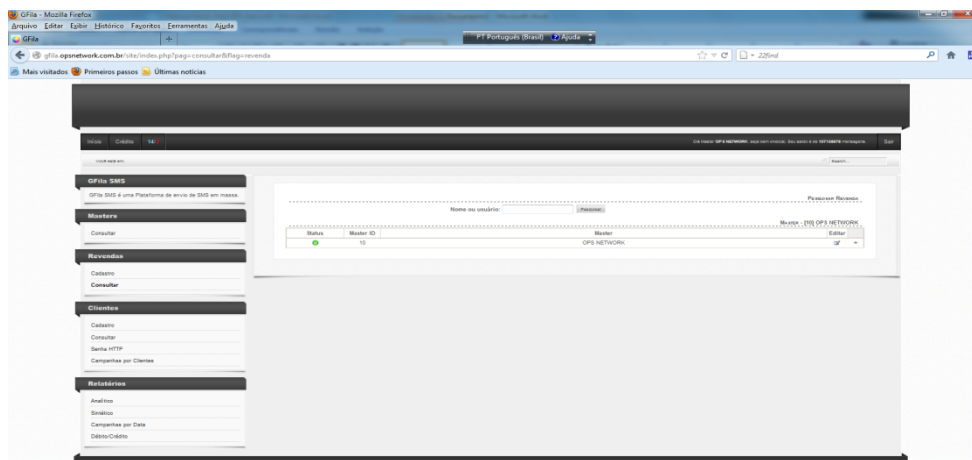
A ***OPS Network*** através tanto de sua equipe técnica, quanto de sua equipe comercial, pesquisou várias das necessidades dos clientes de SMS para criar (e continuar criando) o GFILA, portanto é correto dizer que o GFILA foi, em grande parte, criado por nossos próprios clientes.

Nessa Manual/Apresentação vamos conhecer todas as ferramentas e funcionalidades que o GFILA oferece:

<u>1 – Entrando no Sistema:</u>

Nessa área o Cliente, seja de que nível for (Master, Revenda ou Cliente) se logará no sistema com os dados fornecidos pelo seu mantenedor de conta.

1.1 – Logado como Cliente Master

Essa é a tela inicial do Master, a partir de qual ele gerencia seus clientes e revendas.

Mas o que é um Master?

Master é um acesso fornecido pela OPS Network no qual o cliente pode ter revendas e abaixo das mesmas, clientes finais. Este acesso foi desenvolvido pela OPS Network visando atender Operadoras, Corporações, Consultorias que atendem LA, etc.

No alto da tela, o Master pode enxergar o número de revendas abaixo dele, bem como (em vermelho) os que estão sem créditos para trafegar na plataforma.Logo abaixo, ele tem a área MASTERS, onde ele consulta os clientes em mesmo nível que ele.
Na área REVENDAS o cliente tem as seguintes opções:

Área de consulta de revendas

A área de pesquisa lista as revendas cadastradas, podendo tanto pesquisar por nome ou clicar no botão **+** para a listagem.

Na área de cadastro, o Master criará suas revendas, gerando ali: Nome de usuário, senha de acesso, se o cliente terá permissão para rodar com crédito negativo (e quanto negativo será permitido), se a cobrança será por envio ou entrega, o e-mail personalizado para recebimento de resposta dos SMS´s dos clientes, todos os dados cadastrais além de poder até oferecer a oportunidade ao revendedor de ter sua logomarca no painel.

Mas o Master pode ter clientes finais ou somente revendas?

Certamente previmos a possibilidade do Master pretender ter clientes finais ao invés de somente revendas (partindo sempre do princípio que apenas o cliente envia SMS diretamente, master e revenda apenas gerenciam contas).

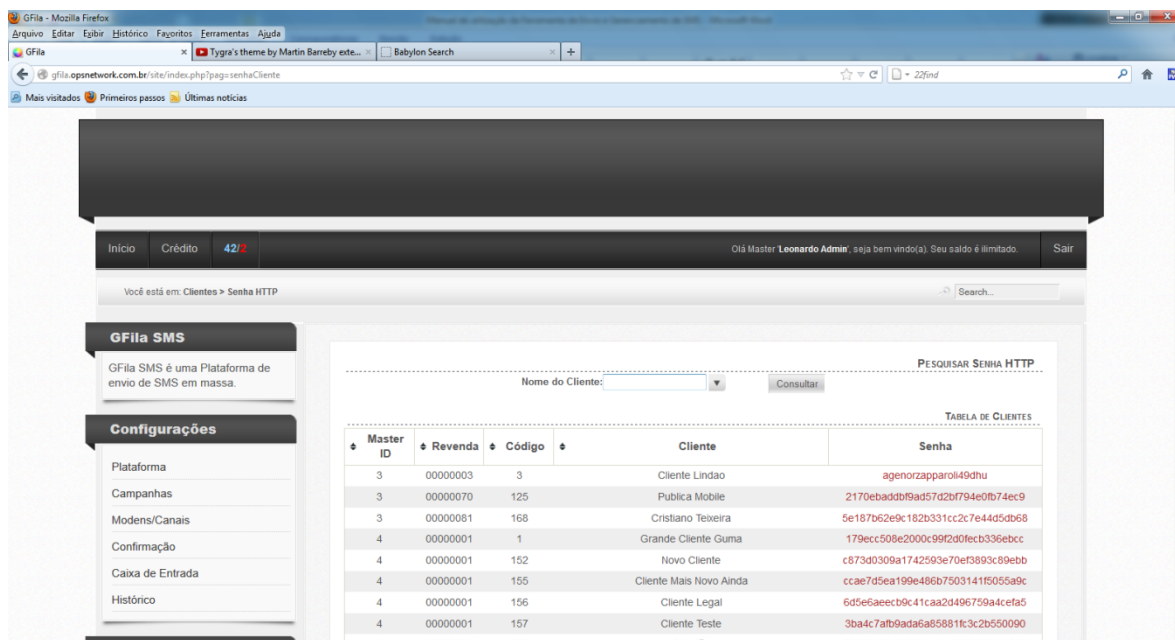
Para tanto, basta criar uma revenda para si próprio e as contas Cliente abaixo da mesma (nunca esquecendo de creditar cada uma, já que sem crédito e/ou liberação para tráfego em negativo, nenhum SMS será enviado)

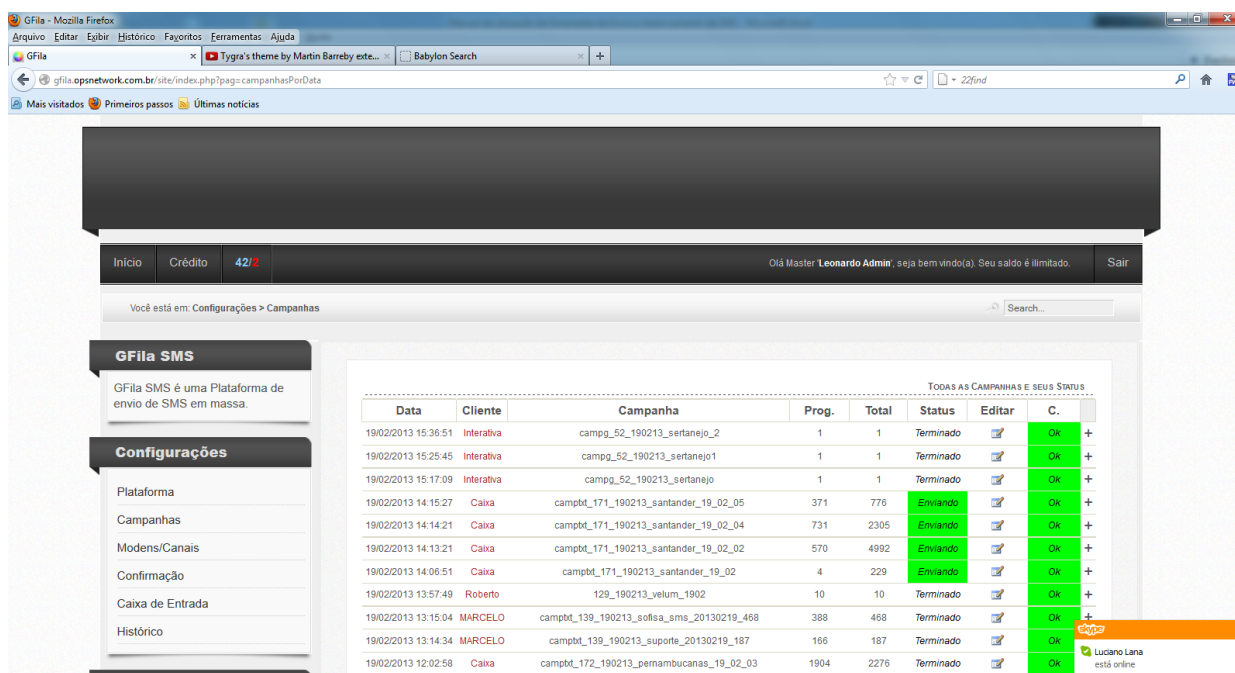
1.2 – <u>Área Clientes</u>

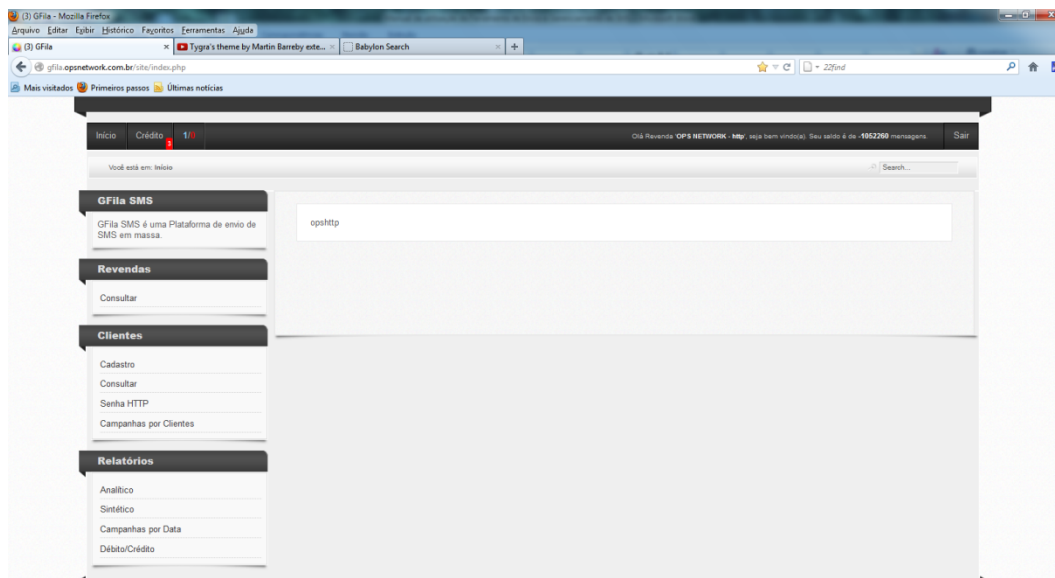
Nessa área o Master gerencia todos os clientes da Base de Revendas utilizando-se das seguintes opções:

- Cadastro – Naturalmente para criar as contas Cliente (sempre abaixo de alguma revenda previamente criada) basicamente com os mesmos dados do cadastro de Revenda, apenas com a opção adicional ***Hora de Funcionamento,*** com a qual se define horas limite para início e fim das operações diárias.

- Consulta – Consulta todos os clientes da Base de Revendas;

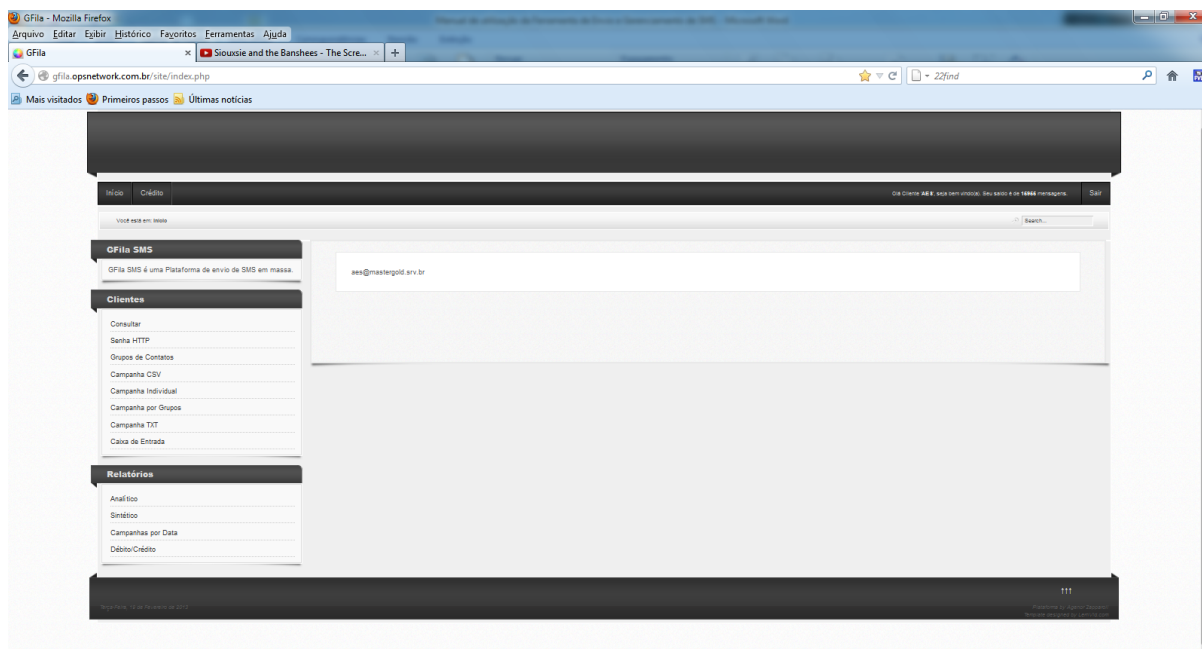
- Senhas – Campo para geração e consulta de Senhas HTTP, para clientes de integração (a ser melhor explicado no capítulo correspondente);

Área de senhas HTTP: Geração e Consulta.

- Campanhas por clientes – Lista todas as campanhas cadastradas, estejam enviadas, em espera, terminadas, canceladas, etc. (O desenvolvimento de tais campanhas será explicado também no capítulo correspondente);

A área de Relatórios também será explicada e detalhada no capítulo 3.

2 – Logando como Revenda

Desenvolvida pela ***OPS Network*** para atender o pequeno e médio empreendedor e para o cliente corporativo com necessidades de subdividir sua operação de SMS em centro de custos.

Basicamente tem as mesmas opções que o Master, exceto que seu limite é cadastrar clientes finais. Porém toda a parte de gerenciamento, cadastro de clientes, cadastro de integradores via senhas HTTP é disponível para a Revenda, bem como a administração dos créditos e relatórios.

3 – A conta Cliente

Nesse ambiente é que as campanhas de SMS são enviadas, programadas, construídas de acordo com as necessidades como veremos a seguir:

Logo no topo (à esquerda) o Cliente faz suas solicitações de crédito, à direita, verifica o que possui ainda para seus envios.

As opções para o cliente são:

Consulta – Consultar clientes da mesma revenda que ele;

Senha HTTP – o Cliente consulta sua própria senha HTTP para integração em sistema externo;

Grupo de Contatos – Grupos que podem ser criados (sem limite) para envio periódico de mensagens, assim o cliente facilita o envio em caso dessa necessidade específica; nesta o Cliente pode gerar listagens de nomes e números.

Campanha CSV – Campanha no padrão ***Excel .csv*** , no caso, para vários contatos, com mensagens diferentes ou iguais;

Campanha Individual – Um contato, uma mensagem, criados diretamente no painel;

Campanha por grupos – Campanhas que utilizam os grupos previamente criados em "Grupo de Contatos";

Campanha TXT – Campanha no padrão **.txt**, formato utilizado pelas maiores empresas de SMS do mercado;

Caixa de Entrada – Novidade disponibilizada pela OPS no mercado de SMS via GSM, onde o cliente verifica as respostas recebidas dos destinatários das campanhas enviadas.

Formato da Caixa de Entrada, que pode ser visualizada no painel, ou redirecionada para o e-mail do mantenedor da conta.

Área de relatórios – Relatórios sintéticos, analíticos, por campanha, data, destino, etc. Visando total controle e gerenciamento de utilização de SMS.

4 – As campanhas de envio de SMS

Bom, depois de conhecermos tudo sobre os níveis de acesso e opções para os mesmos, chegamos ao ponto mais importante, o envio de SMS´s em si.

Acreditamos que já tenhamos disponibilizado praticamente todos os formatos de envio de SMS notadamente utilizados pelo mercado tanto atacadista quanto varejista, tendo imaginado atender desde o utilizador pontual até o grande consumidor.

4.1 – Campanha .CSV

Com base em nosso Know-how, esse é o formato mais utilizado no mercado, pois é simples, utiliza-se de um software bem conhecido (Excel) e simplesmente criando o arquivo da campanha no formato **número;mensagem** o cliente deixa de ter quase qualquer limitação, podendo inclusive personalizar cada campanha.

Tela Inicial para a criação e gerenciamento de campanhas .CSV

Primeiro deve se criar o arquivo, via Excel (ou outro editor de planilhas, tal como Quick Office, etc) no formato .csv, logo após define-se se vai ou não usar a opção de agendamento (no agendamento comum, o cliente define data e hora de início do envio) se não optar pelo agendamento, a campanha começa a ser disparada logo após clicar no botão “cadastrar”.

Nomeada a campanha, definido o agendamento, ainda oferecemos ao cliente o envio por **escala**, mas o que é e para que serve a **escala** de envios.
Muitos de nossos clientes são **Contact Centers** e **Centrais de Cobrança,** agora imagine você cliente, disparando uma campanha com milhares de registros e sua central telefônica represando e perdendo ligações preciosas para o seu negócio? Utilizando-se da Escala, o cliente limita o envio por hora (ex: 1000 envios por hora) evitando o risco de perder retornos fundamentais para sua operação.

E se o cliente ainda desejar uma opção ainda mais completa, pode utilizar o **Agendamento Avançado,** no qual o cliente pode fracionar a campanha em porcentagem do envio ou em quantidade de envio, na faixa de horário desejada.

Logo abaixo, está o controle da campanha, onde se verifica o total enviado, a enviar, botão de emergência (pausamento da campanha em caso de excesso de retornos), etc. Posto isso é selecionar o .csv e disparar a campanha.

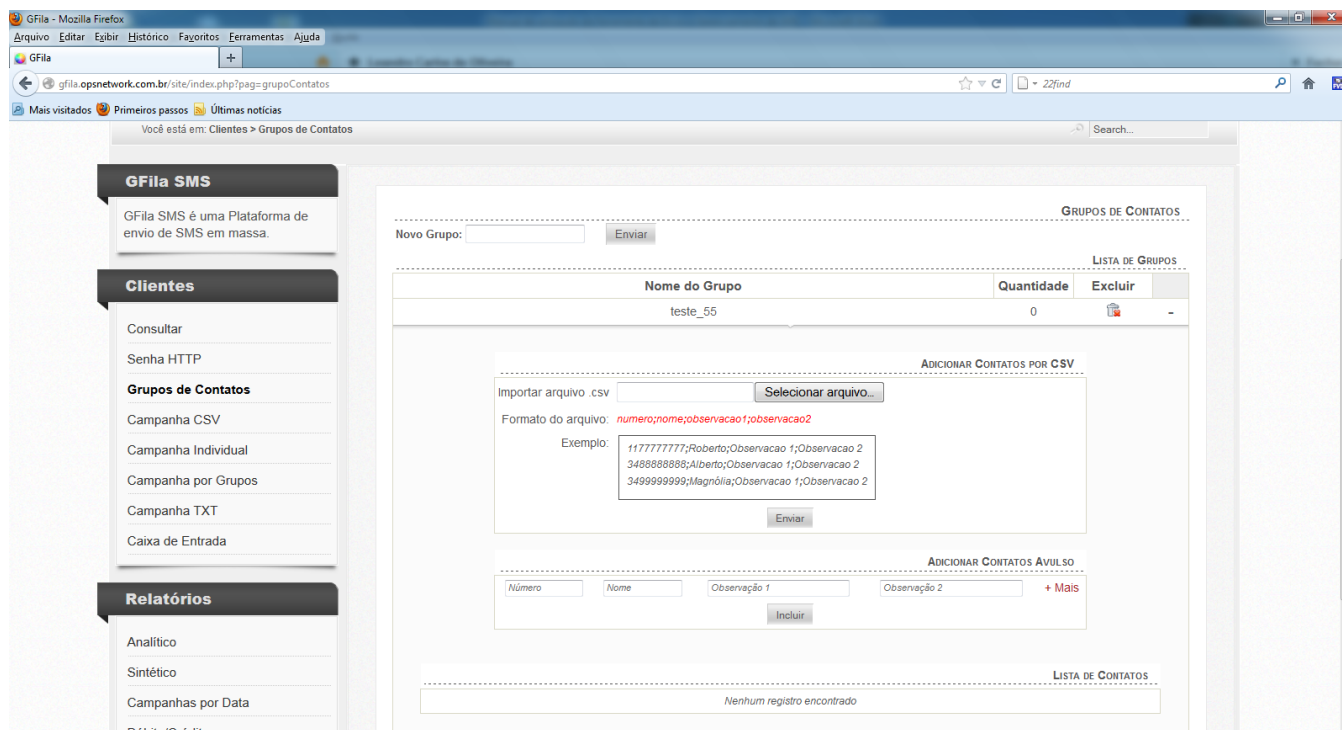
4.2 – Campanha Individual

Tela de Envio de Campanha Individual

A forma mais simples de envio, o cliente digita o número, o SMS abaixo, e clicando na opção MAIS, pode acrescer números que receberão a mesma mensagem, voltado ao Endo Marketing e à Comunicação Interna.

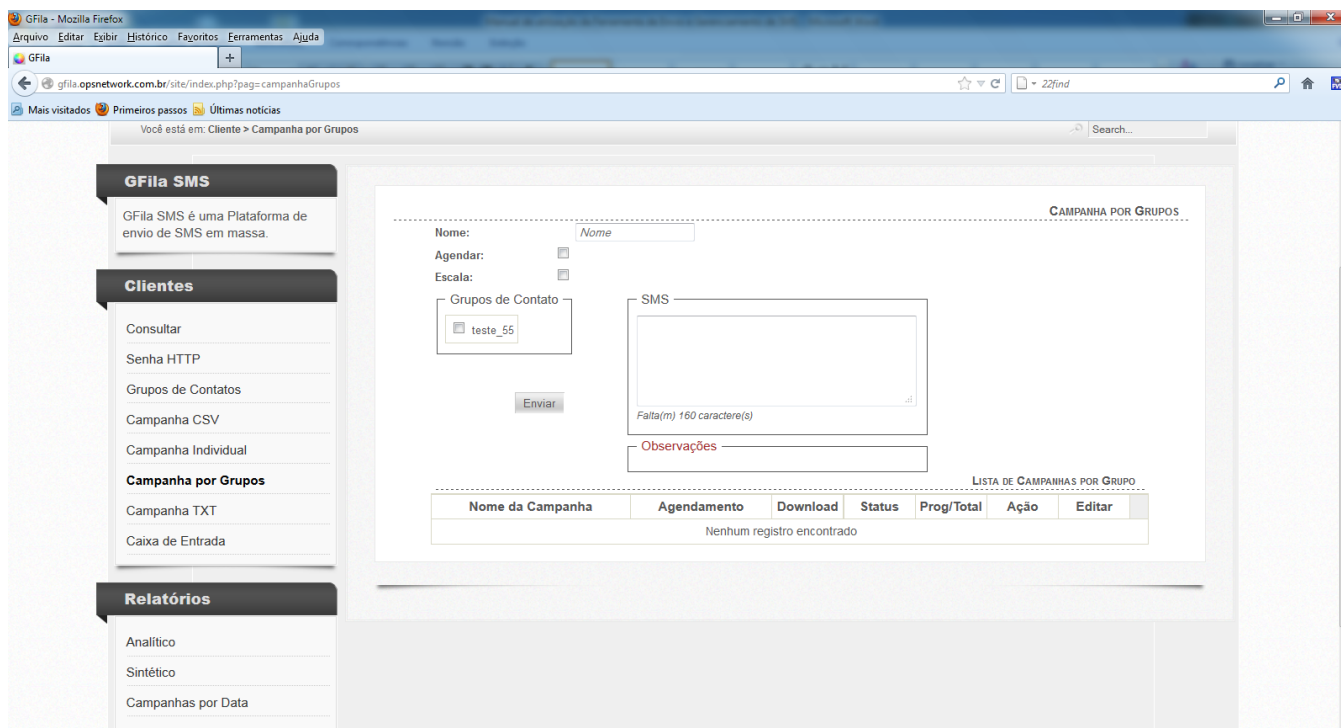
4.3 – Campanha por Grupos

Vamos imaginar que nosso cliente seja uma Corporação com clientela fixa, mas dividida em categorias, por exemplo: Atacadistas e Varejistas, não seria funcional criar uma campanha .csv, digitando contatos, mensagens para cada comunicação a ser enviada aos mesmos, portanto criar **Grupos de Contatos** e utilizar a **Campanha por Grupos** é uma solução deveras interessante e facilitadora.

Mas antes de se enviar a campanha por grupos, é necessário criá-lo(s), como vemos abaixo:

O primeiro ponto a se destacar na criação de **Grupo de Contatos** é a possibilidade de personalização da campanha com até 3 variáveis (nome mais 2 observações) ex: **1199999999, José, Gerente, Contas a Pagar**

Ou seja, o arquivo que será criado (em **.csv**) poderá ter além do número, até 3 personalizações por contato, essa opção foi desenvolvida voltada à campanhas extremamente específicas de comunicação.

Nomea-se o grupo, clica-se ao lado do nome no sinal de + e seleciona-se o arquivo previamente criado e clica-se em incluir.

Voltando à opção **Campanha por Grupos ,** quando o cliente clicar nela, o grupo criado já estará visível na tela conforme vemos abaixo:

Tela de Campanha por Grupos

Nessa tela o cliente cria o nome da campanha, verifica se vai ser necessário o agendamento, bem como a opção de envio por escala, seleciona o grupo que receberá a mensagem e formata a mesma no esquema abaixo:

Ex:

Clicando em enviar, a campanha começa a ser disparada ou é agendada nos moldes desejados.

4.4 Campanha .TXT

Seguindo as mesmas funções de envio da “Campanha .CSV”, altera-se apenas o formato do arquivo e seu conteúdo.

Exemplo do arquivo .txt:

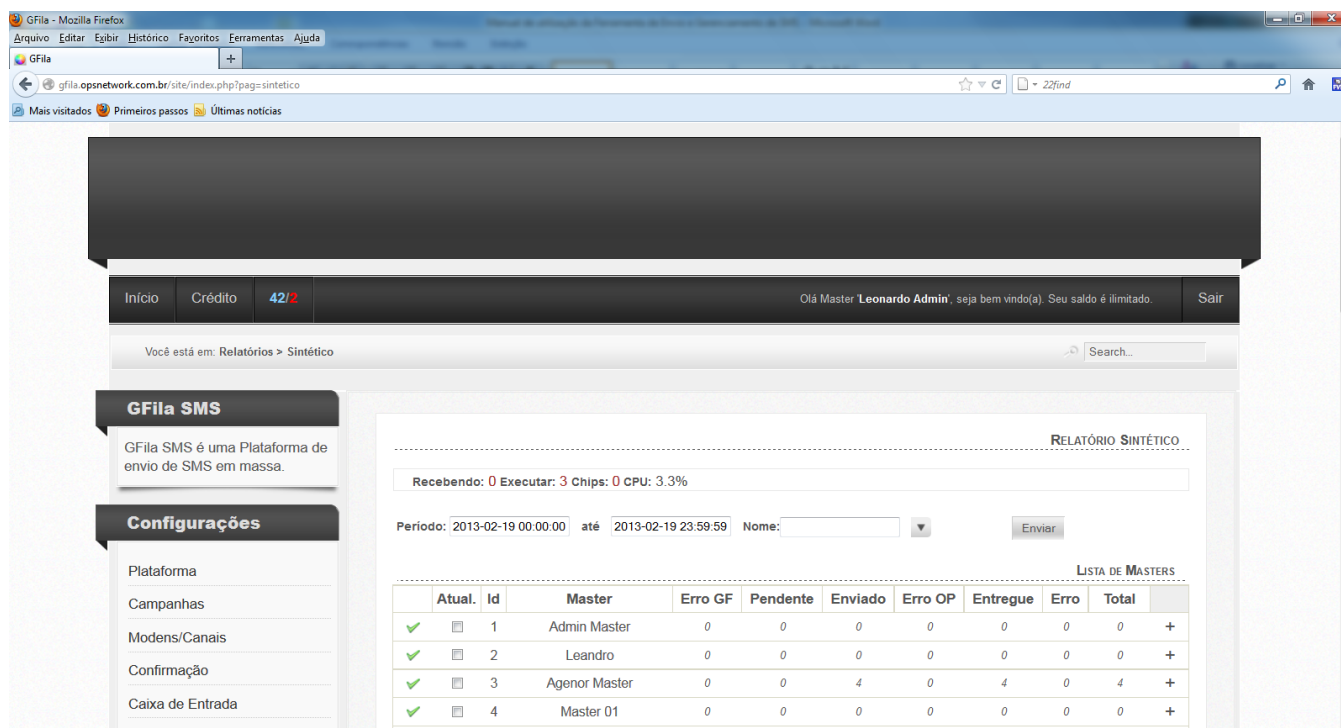
120040201EMPRESA ABC1.1
2$PRIMNOME$, ligue para $TELREC$. Mencione o codigo $CODCLI$.
311991111111Ana Paula Rodrigues   84928721   (11) 3100-0000
321088013029Walter Carvalho Falcão   84932691   (11) 3122-0000
900000002

Observações:

Variaveis:
$NOMECLI$: será substituída em cada mensagem pelo nome do cliente.
$CODCLI$: será substituído em cada mensagem pelo código do cliente.
$PRIMNOME$: será substituída em cada mensagem pelo primeiro nome do cliente.
$TELREC$: será substituída em cada mensagem pelo telefone do receptivo

Atributos:
Tipo Registro: **1**
Data do Processo: AAAAMMDD, Tamanho: 8
Nome da Empressa, Tamanho: 25
Versão: 1.1, Tamanho: 10

Tipo Registro: **2**
Mensagem, Tamanho: 150

Tipo Registro: **3**
Telefone: **Incluinr DDD, Sem 0 inicial**, Tamanho: 11
Nome Cliente, Tamanho: 30
Cod Cliente, Tamanho: 30
Tel Receptivo: Deve conter a string já formatada, i.e. exatamente como será exibida
na mensagem enviada aos clientes, Tamanho: 20

Tipo Registro: **9**
Quantidade: Qunatidade de registros tipo 3, Tamanho: 8

5 – Relatórios

É óbvio que qualquer ação de comunicação em larga escala tem seu sucesso/resultado medido por meio de relatórios, mas no caso do envio de SMS, essa necessidade é ainda maior pelo próprio perfil da ferramenta.
Partindo-se do princípio, que diferente do telefone, o SMS não tem interação imediata com o destinatário, relatórios confiáveis das ações de envio de SMS são fundamentais, e a ***OPS Network*** disponibiliza ao cliente em todos os níveis, relatórios completos das ações.

5.1 – Relatório Sintético

Clicando na opção **Sintético** na área de **Relatórios** o sistema disponibiliza um relato simplificado da ação, baseado no filtro data/hora inicial e data/hora final ou por nome de usuário.

Diferente do usual no mercado, mesmo a opção sintética do relatório Gfila, demonstra 9 informações na tela:

- Id Interno do Cliente;
- Nome do cliente;
- Erro GF – Demonstrativo das mensagens enviadas com erro de formato, que portanto, não vão para reenvio
- Pendente – Mensagens já processadas internamente, mas que ainda não foram disparadas;
- Enviado – Mensagens já enviadas à operadora destino;
- **Erro OP –** Mensagens enviadas para a operadora destino, porém que retornaram algum erro, portanto, serão reenviadas até que se verifique que realmente não é possível a entrega das mesmas (feito automaticamente, dentro da data de envio)
- Entregue – Diferencial OPS Network, a única operadora com base GSM que possui confirmação de entrega do destinatário, a mensagem constante nessa coluna, certamente chegou ao destino;
- Erro – Mensagem que após repetidas tentativas de reenvio, não chegou ao destino (não cobrada);
- Total da operação;

5.2 – Relatório Analítco

Bom, se o Relatório Sintético já tem diversas informações para o controle das ações, o Analítico teria de ser ainda mais aprofundado, correto? Correto, esse relatório demonstra o tratamento e andamento de cada mensagem enviada pelo cliente.

No alto da tela, vemos os filtros possíveis para se puxar o relatório analítico, são eles:

- **Data e hora inicial e final**;
- **Destino** – o cliente digita, por exemplo, o DDD 11, e aparecerão todos os envios para o mesmo;
- **Mensagem** – o cliente enviou várias campanhas, com várias mensagens, e quer saber que destinos receberam uma determinada mensagem, ele digita a mensagem filtro e consulta os envios;
- **SSID –** Esse código é uma espécie de Impressão Digital da mensagem, que não se repete nunca, no caso do cliente desconfiar de possíveis duplicações de mensagens, ele pode usar essa pesquisa de segurança;
- **Por senha HTTP –** Toda conta criada no GFILA tem uma senha HTTP automaticamente gerada pelo sistema, se o cliente solicita o relatório por Senha HTTP, ele tem que definir um outro filtro de pesquisa, por que siginifica que ele deseja saber de todas as mensagens enviadas em um período;
- **Por campanha –** O Cliente busca saber o resultado de uma única ação, isolando o resultado das demais ações;
- **Clicando no botão** - o Cliente extrai o relatório pelo filtro escolhido, fazendo o download para seu computador e podendo manipulá-lo usando o editor de planilhas preferido.

As colunas do Relatório são:

M – A coluna do formato da mensagem, se estiver OK, significa que respeitou o número de caracteres, não se utilizou dos caracteres especiais recusados pelas operadoras, etc.;
OP – A operadora destino sinalizou que o número é válido;

Status – Situação do envio (Entregue, enviado, erro, etc.);
SSID – A "Impressão digital" da mensagem, código que jamais se repete por segurança do cliente;
Destino – número completo do destinatário;
Mensagem – A mensagem em si.

Alguns clientes que venham a ler essa parte de nosso manual, podem achar até exagerado o número de opções e garantias que a OPS Network oferece aos clientes **GFILA,** mas nós cremos que segurança e flexibilidade total na pesquisa são fundamentais para a tranquilidade do cliente e o melhor rendimento da sua ação.

6 – Integração com sistemas externos - o "Cliente HTTP"

Em muitos casos, os clientes da OPS são corporações que possuem soluções de software próprias e por questões de procedimento interno, ou no caso de alguns grandes revendedores, unificação de rotas de saída de SMS, preferem não utilizar o Gfila em si, e apenas utilizar a base de envio da ***OPS Network .***

Oferecemos nesse perfil, a integração via HTTP, onde o cliente utiliza a documentação abaixo descrita e pode fazer seus envios através de nossa base e ainda ter os relatórios automaticamente gerados por nosso sistema.

Documentação de Integração Via HTTP padrão:

Envio:

http://gfila.opsnetwork.com.br/smsmachine/envio.php?s=senhahttp&cel=1180404666&m=Teste%20Plataforma%20OpsNetwork!

(senha) s = senhahttp
(destino) cel = formato DD+NNNNNNNN
(mensagem) m = no maximo 160 caracteres

Resposta automática:

Informe: Mensagem recebida
Status: Pendente
SSID: senhahttp@201206040519501180404666@-4591157161379233791

Envio de sms para:	1180404666
Data:	04/06/2012 17:19:50
Mensagem:	Teste Plataforma OpsNetwork!
Informe:	Mensagem recebida
Status:	Pendente
d283b0b4907cf37ef6db1f39785630b5@201206040519501180404666@-4591157161379233791	

Não enviar mensagens com acentos como tios, agudos, circunflexos. Estamos resolvendo este problema.senhahttp

No caso de:

Informe: Mensagem recusada

Já entenda como erro.

Exemplo:

Informe: Mensagem recusada
Status: Destino não é celular
SSID: senhahttp@20120604052251130404666@-1585599950274691071

Envio de sms para:	1130404666
Data:	04/06/2012 17:22:51
Mensagem:	Teste Plataforma OpsNetwork!
Informe:	Mensagem recusada
Status:	Destino não é celular
d283b0b4907cf37ef6db1f39785630b5@20120604052251130404666@-1585599950274691071	

Não enviar mensagens com acentos como tios, agudos, circunflexos. Estamos resolvendo este problema.senhahttp

Consulta do status:

http://gfila.opsnetwork.com.br/smsmachine/relatoriosms.php?porsenha=senhahttp&porssid=senhahttp@20120604051950118040466@-4591157161379233791

porsenha = s = senha = senhahttp

porssid = SSID (individual) = senhahttp@20120604051950118040466@-4591157161379233791

Status: Enviado

Quantidade de mensagens: 1						
M	OP	Status	Data	SSID	Destino	Mensagem
Ok	Ok	Enviado	2012-06-04 17:19:50	senhahttp@20120604051950118040466@-4591157161379233791	1180404666	Teste Plataforma OpsNetwork!

Postas essas informações, o que podemos dizer é: Caro cliente bem vindo à OPS Network !!